



3 1761 11970676 0



CA1
23
-68L16C

[Study]

Équipe spécialisée en relations de travail

Étude N° 3

Syndicalisme, consommation et société de consommation

de Bernard Solasse

Département des relations industrielles
Université Laval



Bureau du Conseil privé
Ottawa



Presented to the
LIBRARY *of the*
UNIVERSITY OF TORONTO
by

Task force on
Labour relations

ÉQUIPE SPÉCIALISÉE EN RELATIONS DE TRAVAIL
(sous l'égide du bureau du Conseil privé)

ÉTUDE N° 3

SYNDICALISME, CONSOMMATION ET SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION

La Confédération des Syndicats Nationaux
et le problème de la consommation

DE

BERNARD SOLASSE

Département des relations industrielles
UNIVERSITÉ LAVAL

OTTAWA

OCTOBRE 1968

© Droits de la Couronne réservés

En vente chez l'Imprimeur de la Reine à Ottawa,
et dans les librairies du Gouvernement fédéral

HALIFAX

1735, rue Barrington

MONTREAL

Édifice Aeterna-Vie, 1182 ouest, rue Ste-Catherine

OTTAWA

Édifice Daly, angle Mackenzie et Rideau

TORONTO

221, rue Yonge

WINNIPEG

Édifice Mall Center, 499, avenue Portage

VANCOUVER

657, rue Granville

ou chez votre libraire

Prix: \$1.00

N° de catalogue CP32-6/1967-3F

Prix sujet à changement sans avis préalable

Imprimeur de la Reine pour le Canada
Ottawa, 1970

ETUDES
DE
L'EQUIPE SPECIALISEE EN RELATIONS DE TRAVAIL

Etude n°

- 1 Broadcasting - An Industry Study by Ruby S. Samlalsingh, M.A.
- 2 Professional Workers and Collective Bargaining by Shirley B. Goldenberg, M.A.
- 3 Syndicalisme, consommation et société de consommation par le Professeur Bernard Solasse (Laval)

Autres études en cours et devant paraître sous peu:

Labour Disputes in Essential Industries by Harry W. Arthurs,
LL.B. (Toronto), LL.M. (Harvard)

Labour Arbitration and Industrial Change by Paul C. Weiler,
LL.B. (Osgoode), LL.M. (Harvard)

Adaptation and Innovations in Wage Payment Systems in Canada
by Professor Jack Chernick (Rutgers)

Compulsory Arbitration in Australia by Professor J.E. Isaac
(Monash)

Trends in Industrial Relations Systems of Continental Europe
by Paul Malles (Economic Council of Canada)

L'ÉQUIPE SPÉCIALISÉE EN RELATIONS DE TRAVAIL


TABLEAU 2

1	Présentation - in industry group by Miss E. G. Gosselin, M.A.
2	Professional workers and professional occupations by Miss E. Gosselin, M.A.
3	Specialization, concentration and mobility in occupational groups by Miss E. Gosselin, M.A.

Les études de l'Equipe spécialisée en relations de travail sont le fruit de certains travaux de recherches effectués par contrat. Les observations et opinions formulées dans ces études ne reflètent pas nécessairement l'avis des membres de l'Equipe spécialisée.

TABLE DES MATIERES

	<u>Page</u>
INTRODUCTION	1
LES ORIGINES DE L'EXPERIENCE	4
LES OBJECTIFS ET LES DIMENSIONS DE L'EXPERIENCE	6
LES PRINCIPES ESSENTIELS ET LA METHODE DE L'EXPERIENCE	15
Les principes essentiels	15
L'application de ces principes	17
CONCLUSIONS	22
L'émergence d'une prise de conscience du salarié comme consommateur	22
L'élargissement du champ des préoccupations et de l'action syndicales	24
La nécessité d'un élargissement du champ de la recherche en relations industrielles	29
NOTES	31
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	32
ANNEXE - Summary in English	39



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761119706760>

INTRODUCTION

Cette étude est, d'abord, une étude de cas; elle porte, comme telle, sur l'action et les prises de position de la Confédération des Syndicats Nationaux (C.S.N.) dans le domaine de la consommation, c'est-à-dire son caractère empirique et descriptif.

Le titre général, "Syndicalisme, consommation et Société de consommation", éclaire les intentions qui nous animaient, lorsque nous avons entrepris cette recherche. Il ne s'agissait pas uniquement de décrire une expérience, son origine, ses principales dimensions, les étapes de sa progression, mais de tenter de déceler, éventuellement, au-delà de l'action quotidienne et des prises de position officielles, l'existence de préoccupations plus vastes et moins immédiates, mais significatives d'un renouvellement des orientations et de l'idéologie de cette centrale syndicale. Notre intention primitive était également d'étudier le comportement du syndiqué comme consommateur.

Au cours de l'enquête, nous avons dû reviser quelque peu ces objectifs, pour tenir compte des véritables dimensions de l'expérience et notamment du fait qu'elle constitue l'un des éléments d'un effort conjoint impliquant d'autres organismes coopératifs, mais indépendants du mouvement syndical

tels: la Fédération des Caisses d'Economie du Québec, la Fédération des Magasins Coop du Québec et la Fédération des Associations Coopératives d'Economie Familiale.

Ceci explique et, du moins nous l'espérons, justifie le plan que nous avons suivi. En effet nous étudierons successivement les origines, les objectifs et enfin les principes et la méthode caractéristiques de l'expérience entreprise par la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation.

Le comportement des syndiqués comme consommateurs n'a pas été étudié comme tel; ceci aurait nécessité une enquête spécifique que nous ne pouvions mener à bien sans déroger au mandat qui nous était assigné et sans ressources complémentaires. Nous espérons, en entreprenant cette étude, qu'il nous serait possible d'obtenir des informations précises sur ce sujet. Cet espoir n'a été que partiellement satisfait: La seule étude disponible est celle de M. Marc-Adélaïde Tremblay et de M. Gérard Fortin et s'intitule "Les comportements économiques de la famille salariée du Québec"; il n'existe, en revanche, aucune étude d'origine syndicale sur cette question; néanmoins, le nombre et l'insistance des demandes "d'aide" adressées au Service du Budget familial de la C.S.N. et l'étude de nombreux dossiers nous ont permis de prendre conscience de la gravité de la situation qui, à elle seule, justifie amplement les efforts de la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation.

La méthode est simple, descriptive, empirique, fondée sur l'étude de la documentation disponible que complète une série d'entretiens. Nous avons systématiquement éliminé tout témoignage oral qui ne pouvait être confirmé par des écrits, ceci afin d'éviter les erreurs d'interprétation. Une autre

difficulté tient à la rapidité avec laquelle l'expérience se développe: Les prises de position, les initiatives se multiplient. Ces jours-ci, en mars 1968, le Président de la Confédération des Syndicats Nationaux a pris position publiquement en faveur de la construction de logements coopératifs; d'autres caisses d'économie, d'autres coopératives de consommation, d'autres associations coopératives d'économie familiale ont été créées, dont nous ne faisons pas état dans ce rapport.

Nous voudrions remercier tous ceux qui ont rendu possible cette étude: Jean Sexton qui a patiemment dépouillé et analysé une quantité considérable de documents, les dirigeants de la Confédération des Syndicats Nationaux, de la Fédération des Caisses d'Economie du Québec, de la Fédération des Magasins Coop du Québec, de la Fédération des Associations Coopératives d'Economie Familiale qui ont bien voulu répondre à nos questions et qui nous ont communiqué la documentation nécessaire pour conduire à bien cette étude.

LES ORIGINES DE L'EXPERIENCE

Les prises de position et l'action entreprise par la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation peuvent être considérées comme le résultat de trois facteurs.

Le premier de ces facteurs est l'endettement l/ croissant des syndiqués et des salariés en général, par le recours de plus en plus fréquent au crédit à la consommation et ce, afin de financer des dépenses courantes, en dehors des situations exceptionnelles ou imprévues. Lorsque le montant et la fréquence de ces emprunts dépassent la capacité de remboursement des intéressés, il en résulte un déséquilibre grave et souvent chronique du budget familial. Cette situation pénible s'aggrave souvent à la suite d'un concours de circonstances exceptionnelles: grèves, maladie, etc. Lorsque les emprunteurs ne peuvent s'acquitter de leurs obligations et encourent, de ce fait, le risque de se voir appliquer les "sanctions" prévues par la loi, ils s'adressent fréquemment aux responsables et aux permanents syndicaux, pour obtenir leurs conseils et l'assistance juridique dont ils ont besoin.

La fréquence de ces demandes constitue, indubitablement, l'indice d'une situation grave et explique, en définitive, le succès relatif ou, du moins, l'espoir suscité par les initiatives de la Confédération des Syndicats Nationaux dans les domaines de l'épargne et du crédit à la consommation.

Le second de ces facteurs s'inscrit dans le prolongement immédiat des motivations de l'action syndicale, puisqu'il s'agit d'améliorer le pouvoir d'achat des syndiqués et, d'une façon plus générale, des salariés-consommateurs, ce qui constitue, de l'avis des promoteurs de l'expérience, une condition fondamentale de l'accès au "mieux-vivre".

Certes, cette préoccupation n'a en soi rien d'original puisque, sous des formes diverses, elle constitue l'un des objectifs majeurs et permanents du mouvement syndical. Néanmoins, nous noterons qu'elle prend à la Confédération des Syndicats Nationaux une dimension et une orientation particulière et spécifique, dans la mesure où cette centrale syndicale s'efforce de consolider les effets de l'action revendicative en recourant à un ensemble d'initiatives desservies par des structures nouvelles, dont l'enjeu, sinon la portée effective, dépassent les limites du champ et des méthodes "habituelles" de l'action syndicale; car ces dernières visent, cette fois, la défense et la promotion des intérêts du salarié, non plus uniquement comme syndiqué, c'est-à-dire comme producteur, mais également comme consommateur.

Il est vrai, et nous le noterons dès à présent, que ces initiatives et ces structures s'inspirent largement de la philosophie et des réalisations antérieures du mouvement coopératif, tant québécois et canadien, qu'étranger; mais leur intérêt est d'en présenter une version actualisée et mieux adaptée aux exigences de notre époque.

Enfin, le troisième facteur, et non le moindre, réside dans le dynamisme agissant et mobilisateur d'une forte personnalité. Depuis son entrée comme permanent à la C.S.N. en 1962, André Laurin exerça et continue d'exercer une double influence aux effets déterminants quant au démarrage et à la progression de l'expérience que nous analysons ici; et ce, d'une part, en facilitant à tous les niveaux de l'organisation syndicale et, depuis quelques années, à l'extérieur de la Confédération, une prise de conscience portant sur la situation et les aspirations du salarié consommateur, et d'autre part, en proposant sans cesse de nouvelles formes d'action, qui, rapidement, dépasseront les structures et le cadre de l'organisation syndicale proprement dite, pour tenter de s'étendre au grand public.

LES OBJECTIFS ET LES DIMENSIONS DE L'EXPERIENCE

L'on pourrait, afin de faciliter la lecture de cette étude, regrouper les principaux objectifs poursuivis dans le domaine de la consommation par la Confédération des Syndicats Nationaux, seule ou en collaboration avec d'autres organismes, autour de quatre thèmes majeurs.

1. "L'aide", essentiellement l'assistance juridique aux syndiqués et aux salariés endettés.
2. L'information et l'éducation du syndiqué et du consommateur.
3. L'amélioration du pouvoir d'achat du consommateur.
4. L'action "politique" visant à la fois l'opinion publique et les différents niveaux de gouvernement.

1. "L'aide" aux syndiqués endettés constitue chronologiquement le point de départ de l'expérience, ne serait-ce qu'en vertu de la nécessité de remédier rapidement à une situation souvent oppressante. Il s'agit, essentiellement, d'assurer aux syndiqués endettés l'assistance juridique qu'ils réclament lorsque, pour des raisons diverses, ils se trouvent dans l'incapacité de satisfaire à leurs obligations, et de leur permettre d'utiliser les recours que leur accorde la législation, surtout lorsqu'ils ont à faire face aux pressions et aux exigences de prêteurs ou de vendeurs à tempérament.

Au départ, cette première dimension de l'expérience a été assurée par le "Service du Budget familial" que dirige M. André Laurin, et qui constitue l'une des sections du Service de l'éducation de la Confédération des Syndicats Nationaux.

Progressivement, l'improvisation initiale a fait place à une action mieux structurée. Si, aux premiers jours de l'expérience, André Laurin ne pouvait guère compter que sur la collaboration spontanée de certains permanents syndicaux, bénéficiant éventuellement de l'appui également spontané et localisé d'avocats extérieurs au mouvement syndical, par la suite, un réseau de "moniteurs" bénévoles a été formé parmi les militants des syndicats affiliés à la C.S.N. Leur rôle est de conseiller et d'indiquer aux syndiqués endettés les moyens légaux auxquels ils peuvent recourir en cas de difficulté grave.

Cette fonction de "dépannage" selon l'expression en vogue, nous dirons d'"assistance juridique" aux victimes d'emprunts ou d'achats à tempérament inconsidérés, est aujourd'hui assurée, lorsqu'il s'agit du grand public, par les Associations Coopératives d'Economie Familiale (A.C.E.F.) groupées, depuis peu, en une Fédération des Associations Coopératives d'Economie Familiale. Ce sont des organismes communautaires auxquels peuvent participer sur une base locale—ville ou groupe de villes—les syndicats, qu'ils soient affiliés à la Confédération des Syndicats Nationaux ou à la Fédération des Travailleurs du Québec (F.T.Q.), divers mouvements ou organismes privés ou publics—services d'entr'aide, services sociaux—partageant sur ce point des préoccupations semblables à celles qui animent le Service du Budget familial de la C.S.N.

2. L'information et l'éducation du syndiqué et du salarié-consommateur s'inscrivent dans le prolongement immédiat de l'assistance juridique aux syndiqués et aux consommateurs endettés; après avoir paré au plus pressé, il s'agit d'apporter une solution durable en assainissant l'administration du budget familial.

Dès l'origine, l'action du Service du Budget familial ne s'est jamais limitée au seul effort de "dépannage" des syndiqués endettés; celui-ci a toujours été conçu comme la première phase d'un mouvement de plus vaste envergure débouchant sur l'information et l'éducation du syndiqué consommateur, si bien que cette préoccupation constitue, en définitive, l'objectif majeur du service confédéral en question, et justifie son insertion dans le Service de l'Education de la C.S.N.

Là encore, les objectifs sont clairs et le choix des priorités exprime l'urgence des situations vécues:

a) expliquer et dénoncer les effets néfastes des pratiques et de la législation en usage dans le domaine de la consommation en général, car le champ des préoccupations du Service du Budget familial tend à s'étendre vers d'autres questions que celles qui se rapportent directement aux conséquences du recours de plus en plus généralisé au crédit à la consommation et aux achats à tempérament. Il englobe les loisirs, le logement, les prix, et ceci en fonction des prises de position de la Confédération des Syndicats Nationaux comme telle.

b) indiquer aux syndiqués, mais d'une façon systématique cette fois, les moyens légaux qui leur permettront de s'acquitter dans les meilleures conditions de leurs obligations comme débiteurs.

c) enfin et surtout, apprendre aux syndiqués à mieux administrer le budget de leur famille en les invitant à n'emprunter que dans la limite de leur capacité de remboursement, à mieux équilibrer les différentes dépenses inscrites au budget familial et à améliorer leur pouvoir d'achat en ayant recours aux structures d'épargne et de consommation communautaires que sont les "caisses d'économie" et les "coopératives de consommation".

Au niveau du grand public, les Associations Coopératives d'Economie Familiale poursuivent des objectifs identiques dans le domaine de l'information et de l'éducation du salarié-consommateur: ce sont d'abord essentiellement des organismes d'éducation. Nous avons constaté durant l'enquête une grande similitude entre leur "philosophie" et leurs objectifs, d'une part, et d'autre part, celle qui anime et ceux que poursuit le Service du Budget familial. Cela n'a rien d'étonnant lorsque l'on sait que les militants de la C.S.N. formés par André Laurin ont eu un rôle déterminant lors de leur création.

3. L'amélioration du pouvoir d'achat du consommateur. L'objectif ici se confond avec les moyens: en effet, l'effort d'information et d'éducation entrepris par le Service du Budget familial de la C.S.N. et repris à leur propre compte par les Associations Coopératives d'Education Familiale ne peut aboutir à des résultats positifs que s'il existe des moyens qui permettent effectivement au consommateur, syndiqué ou non, d'améliorer son pouvoir d'achat, d'une part en économisant et en n'empruntant que dans les limites compatibles avec son revenu, c'est-à-dire avec sa capacité de rembourser, et, dans ce dernier cas à un taux d'intérêt aussi bas que possible et d'autre part, en lui permettant de se procurer les biens de consommation durables ou non dont il a besoin, au meilleur prix.

Telles sont, en définitive, les raisons de la collaboration entre la Confédération des Syndicats Nationaux et deux organismes extérieurs au mouvement syndical, la Fédération des Caisses d'Economie du Québec et la Fédération des Magasins Coop.

Les caisses d'économie sont des organismes communautaires d'épargne et de prêt implantés, pour l'instant, au niveau de l'entreprise et ouverts

à l'ensemble de ses salariés et non pas aux seuls membres du syndicat. La politique du Service du Budget familial de la C.S.N. est de promouvoir la création de nouvelles caisses d'économie chaque fois que les travailleurs d'une entreprise en ressentent le besoin. Une remarque: depuis quelque temps, il est de plus en plus question d'ouvrir les caisses d'économie au grand public: dès lors, celles-ci ne seraient plus organisées sur la base de l'entreprise.

Nous noterons, par ailleurs, que les caisses d'économie existant actuellement sont groupées en une fédération qui assure la gestion des fonds constitués par les contributions des salariés des entreprises concernées, et qui édicte des règles de gestion assez strictes applicables à chaque caisse. La Fédération des Caisses d'Economie du Québec est une organisation juridiquement et effectivement indépendante de la Confédération des Syndicats Nationaux. Cette centrale syndicale est, certes, représentée dans les organismes directeurs de la Fédération, ne serait-ce que par l'entremise des responsables qui sont, ou ont été, des militants actifs de la C.S.N., mais cette situation ne leur confère aucun avantage de fait.

Les Magasins Coop et la Fédération qui les groupe sont de vieilles institutions québécoises, aujourd'hui en pleine transformation. Les relations entre la Confédération des Syndicats Nationaux et la Fédération des Magasins Coop sont beaucoup plus souples que celles existant entre la C.S.N. et la Fédération des Caisses d'Economie du Québec. Pour le Service du Budget familial de la C.S.N. comme pour la Fédération des Associations Coopératives d'Economie Familiale, l'existence des Magasins Coop sert leurs projets et est considérée comme un moyen permettant aux consommateurs de se

procurer à meilleur compte les biens durables et non durables dont ils ont besoin. Pour les Magasins Coop et pour la Fédération des Magasins Coop, l'attitude de la Confédération des Syndicats Nationaux et des Associations Coopératives d'Economie Familiale constitue, assurément, un encouragement, ne serait-ce que dans la mesure où elle permet d'étendre et de renouveler leur clientèle.

Les contacts personnels entre dirigeants de la Fédération des Magasins Coop et dirigeants syndicalistes de la C.S.N. déboucheront-ils à terme sur diverses initiatives plus conformes à la conception du mouvement coopératif en vogue à la C.S.N.? La question reste posée.

4. Enfin, il ne faudrait pas oublier les objectifs "politiques", au sens le moins partisan et le plus large du terme, que poursuit, dans le domaine de la consommation la Confédération des Syndicats Nationaux comme telle et que partagent, en totalité ou en partie, les organisations que nous venons de mentionner.

Quand il s'agit de la Confédération des Syndicats Nationaux, ces objectifs sont relativement simples. Ils ont été définis dès les origines de l'expérience dans des textes rédigés par le Service du Budget familial et diffusés aux syndiqués ou encore repris dans diverses publications confédérales. Ils ont été depuis lors, repris, développés, élaborés et enrichis. Il semble possible de les grouper autour de deux constantes essentielles:

a) l'action sur l'opinion publique tend à populariser les thèmes utilisés au niveau de l'information et de l'éducation: "Dénoncer les abus et toutes les formes d'exploitation dont sont victimes les salariés et la

population en général dans les domaines du crédit à la consommation et de la consommation elle-même pour engager la lutte, comme l'a écrit Jean Marchand, alors président de la Confédération des Syndicats Nationaux "contre un réseau d'institutions privées qui se sont installées chez-nous pour exploiter le besoin urgent de crédit que ressentent sans cesse les petits salariés, incapables de joindre seuls les deux bouts de leur maigre budget familial" 2/.

b) les pressions exercées sur les deux gouvernements tant canadien que québécois pour les inviter à réformer la législation en ces matières ou, le cas échéant, obtenir leur concours quand il s'agit de mener à bien certaines initiatives syndicales; pressions qui, selon les circonstances et leur nature, s'exerceront sous des formes très diverses, allant de la rédaction de mémoires à la dénonciation devant l'opinion publique.

**PRINCIPAUX OBJECTIFS POURSUIVIS PAR LA C.S.N. DANS LE DOMAINE
DE LA CONSOMMATION ET STRUCTURES CORRESPONDANTES**

Objectifs

- A - "Assistance juridique"
- aux syndiqués endettés
- aux salariés en général

- B - Information et éducation
- des syndiqués
- du consommateur en général

- C - Amélioration du pouvoir
d'achat du consommateur
- consommateur salarié
d'une entreprise
syndiquée

- 1) Épargne et prêt personnel
- salarié d'une entre-
prise syndiquée

- grand public

- 2) Consommation
- syndiqués

- grand public

- D - Objectifs politiques dans
le domaine de la consomma-
tion

Structures syndicales C.S.N.

Service du Budget familial

Service du Budget familial

Création par le Syndicat et avec
l'aide du Service du Budget fami-
lial d'une caisse d'économie

Création par le Syndicat et avec
l'aide du Service du Budget fami-
lial d'une caisse d'économie

Appel du Service du Budget fami-
lial en faveur de l'achat dans
les Magasins Coop

Service du Budget familial et
Confédération des Syndicats
Nationaux

Structures extérieures au
mouvement syndical

Associations Coopératives
d'Economie Familiale

Associations Coopératives
d'Economie Familiale

L'administration des caisses
d'économie est assurée par la
Fédération des Caisses d'Econo-
mie du Québec

Administration assurée par la
Fédération des Caisses d'Econo-
mie du Québec

Eventuellement extension après
modification de la formule
caisse d'économie

Fédération des Magasins Coop

Magasins et Fédération des
Magasins Coop

LISTE DES PRINCIPAUX ORGANISMES NON SYNDICAUX MENTIONNES
LEURS FONCTIONS, LEURS RELATIONS AVEC LA C.S.N.

Fonctions	Rapports avec la C.S.N.
1) <u>Associations Coopératives d'Economie Familiale (A.C.E.F.)</u>	
groupées en une fédération	1) "assistance juridique" aux personnes endettées, qu'elles soient ou non syndiquées
	- organisation indépendante de la C.S.N.
	- coopération étroite avec la C.S.N.
implantation locale	2) surtout information et éducation du consommateur
	- forte similitude au niveau des orientations
2) <u>Caisses d'économie</u>	
groupées en une fédération	1) épargne
	organisation indépendante de la C.S.N. mais soutenue par elle au niveau des entreprises qu'elle a syndiquées.
implantées au niveau de l'entreprise ou de l'établissement	2) prêt personnel
	- coopération C.S.N.—fédération—aucun contrôle de la C.S.N. sur la fédération
3) <u>Magasins Coop</u>	
groupés en une fédération	coopératives de consommation
	indépendance totale à l'égard de la C.S.N. Le Service du Budget familial encourage les syndiqués à acheter dans les Magasins Coop

LES PRINCIPES ESSENTIELS ET LA
METHODE DE L'EXPERIENCE

Cette étude, il importe de le rappeler, porte sur les prises de position et l'action de la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation. C'est dire qu'il ne sera question, dans cette section, que de la méthode et des principes qui orientent et inspirent l'action du Service du Budget familial de la C.S.N. et que, par conséquent, ces remarques ne s'appliquent pas, comme telles, aux organisations avec lesquelles la Confédération des Syndicats Nationaux coopère ou collabore dans le domaine de la consommation.

Les principes essentiels

L'empirisme, le recours permanent aux faits, aux situations vécues, aux réalités et à l'expérience quotidiennes inspirent constamment l'argumentation et la démarche. Ceci permet de dénoncer, exemples à l'appui, les pratiques et l'exploitation dont est victime le consommateur, et confère à la démonstration une vertu convaincante. La démarche se situe aux antipodes des généralisations théoriques et des mythes mobilisateurs. Elle s'appuie constamment sur un langage simple, aisément compréhensible.

Le pragmatisme, dans le choix et la définition de l'action à entreprendre n'est pas improvisation, mais volonté de s'adapter aux circonstances, à l'actualité, d'utiliser au mieux les ressources existantes afin de s'acheminer, fût-ce lentement et progressivement, vers la réalisation des principaux objectifs que poursuit la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation, objectifs que nous venons de résumer brièvement.

Cette attitude pragmatique se justifie et se fonde, par ailleurs, sur le souci constant de répondre aux aspirations des syndiqués, en tenant compte de leurs motivations immédiates. A ce souci se joint la volonté permanente d'innovation qui porte le Service du Budget familial de la C.S.N. à rechercher sans cesse de nouvelles formes d'action.

L'appel constant à la participation active des syndiqués constitue un choix qui est aussi un pari et qu'André Laurin considère comme une exigence fondamentale.

Enfin l'ouverture vers l'extérieur, c'est-à-dire cette volonté permanente de collaborer, ou mieux, de coopérer avec des organisations extérieures au mouvement syndical (caisses d'économie et coopératives de consommation) s'explique d'abord par le souci d'apporter une solution constructive que la Confédération des Syndicats Nationaux ne pourrait trouver seule. Cependant, d'autres raisons militent également en ce sens, dont la volonté personnelle d'André Laurin d'étendre l'expérience hors des limites du mouvement syndical, moins pour accroître l'influence et le prestige de ce dernier que pour répondre aux attentes de groupes de salariés-consommateurs non-syndiqués à la C.S.N.

Quoi qu'il en soit, l'action du Service du Budget familial constitue l'un des rares secteurs de l'activité de la C.S.N. qui ne soit pas empoisonné par une publicité tapageuse, liée dans une certaine mesure aux rivalités intersyndicales existant au Québec. Les bénéfices que la C.S.N. retire de l'action entreprise dans le domaine de la consommation sont dus au seul fait que ces initiatives répondent à des besoins ressentis avec une acuité particulière par un nombre croissant de salariés.

L'application de ces principes

Nous nous proposons d'examiner rapidement l'application de ces principes généraux aux trois niveaux de l'information, de l'éducation et de l'action entreprises par la C.S.N. dans le domaine de la consommation.

C'est par l'information qu'André Laurin entend susciter et affermir la prise de conscience du syndiqué-consommateur; une information simple, descriptive, formulée dans un vocabulaire à la portée de tous, appuyée constamment sur l'évocation de faits et de situations vécus.

Cette accumulation de faits significatifs est illustrée, en permanence, par la photocopie ou la transcription de documents abondants et authentiques — contrats de vente à tempérament, actes judiciaires, dépliants publicitaires. Ce procédé confère à la description des faits et aux commentaires qui l'accompagnent une force de persuasion indéniable. Les syndiqués reconnaissent, dans ces exemples, leur propre expérience, des difficultés qu'ils rencontrent ou qu'ils ont déjà rencontrées.

L'information tend à sensibiliser les syndiqués endettés aux conséquences tant personnelles que familiales de leur endettement. Elle constitue la première phase d'un processus continu qui débouche rapidement sur l'éducation et l'action.

Signalons qu'au début de l'expérience la méthode devait triompher des hésitations, des atermoiements, ou simplement de la prudence de certains dirigeants de la Confédération, peu enclins à endosser des initiatives qui dérogeaient à la conception traditionnelle de l'action syndicale.

L'éducation s'appuie essentiellement sur l'analyse et l'étude plus approfondies des témoignages et des documents utilisés précédemment à des fins d'information.

La règle générale est de s'intéresser, en priorité, aux conséquences et aux effets néfastes qu'entraînent la conclusion d'un emprunt inconsidéré ou la mauvaise gestion du budget familial pour l'existence quotidienne de la famille et son équilibre affectif, puis de critiquer la législation en vigueur et les abus qu'elle tolère. Dans le premier cas, se dessine nettement une option personnaliste qu'inspirent les valeurs fondamentales d'un humanisme chrétien mais excluant tout prosélytisme; dans le second, une critique souvent acerbe, toujours passionnée de la "société de consommation", de l'inégalité sociale.

La méthode doit convaincre, motiver; elle est simple: l'on calcule par exemple devant l'assemblée le taux et le montant réels des intérêts acquittés par l'emprunteur lors du remboursement d'un prêt contracté auprès d'une compagnie de finance, d'une banque, d'une caisse populaire ou d'une caisse d'économie, ou encore à l'occasion de l'achat à tempérament d'une automobile. Les chiffres parlent d'eux-mêmes.

Ensuite, l'effort d'éducation se développe dans plusieurs directions, mais toujours à partir de cas vécus, d'exemples précis et, si possible, de témoignages apportés par les participants eux-mêmes. On étudie les recours prévus par la législation pour permettre aux emprunteurs de s'acquitter de leurs obligations, on fournit des indications précises sur la nature des démarches à entreprendre, sur les personnes à consulter. On étudie et on analyse les méthodes et les structures proposées par la C.S.N. pour améliorer le pouvoir d'achat des syndiqués, qu'il s'agisse de

l'administration du budget familial, de la participation aux caisses d'économie, ou aux magasins coop. Plus récemment, ces thèmes ont été complétés par l'étude des ressources et des principes du mouvement coopératif.

Le contenu demeure souple, évolutif. Il doit répondre d'abord aux interrogations et aux préoccupations des syndiqués en respectant l'ordre des priorités que formulent ces derniers. L'on notera toutefois la permanence de certains thèmes concernant "la législation sur le crédit et ses effets, les ventes conditionnelles ou à terme, les ventes par colporteurs, le budget familial...". Dès qu'une question nouvelle surgit et revêt une certaine importance, elle devient l'objet d'un traitement identique et c'est ainsi que le contenu du programme d'éducation s'enrichit constamment, moins, semble-t-il, en vertu d'une stratégie visant le long terme, aux lignes précises et au service d'un vaste dessein que nourriraient les dirigeants syndicaux, qu'en fonction du souci permanent de parer au plus pressé.

Cette conception de l'éducation en est une active, et ce à un double titre. En effet, d'une part, la pédagogie utilisée fait largement appel à la participation active des intéressés, le but ultime restant de les convaincre qu'il est nécessaire de transformer leurs habitudes, d'agir eux-mêmes, de participer à ces structures communautaires qui devraient permettre d'atteindre les objectifs que s'est fixés la Confédération des Syndicats Nationaux; d'autre part, l'argumentation utilisée n'exclut ni la polémique, ni la dénonciation violente et passionnée des insuffisances de la législation quant à la protection du consommateur, ou encore de la "rapacité" de ces institutions privées qui exploitent, comme l'indique Jean Marchand, son besoin de crédit.

L'éducation est elle-même au service de l'action.

L'action repose d'abord sur la participation active des syndiqués. Le rôle du Service du Budget familial, dans ce dernier domaine, est plus un rôle d'animation, qu'un rôle de direction effective.

Le Service suscite, propose, conseille, mais ne se substitue jamais aux syndiqués, qui, toujours, sont invités à gérer eux-mêmes leurs propres affaires. Cette attitude, érigée au rang de principe, comporte des risques évidents tels celui d'une diversification croissante des expériences engagées au niveau local, ou encore de leur déviation par suite d'un changement d'objectifs ou d'une modification substantielle des méthodes.

L'exiguité des moyens, tant humains que financiers à la disposition du Service du Budget familial contraint, en définitive, son responsable à ne tabler que sur la bonne volonté et le militantisme des responsables régionaux et locaux qu'il a, le plus souvent, formés lui-même.

L'empirisme est au service de l'efficacité; lorsqu'il s'agit de définir les objectifs et les modalités de l'action à entreprendre, on se plie aux circonstances pour innover, adapter. Cette méthode implique beaucoup d'intuition et un effort d'imagination lucide qui n'exclut pas l'enthousiasme.

La démarche demeure identique: réduire au minimum les préalables financiers, structurels; engager et mener à bien, avec les moyens du bord, une expérience-type d'une portée limitée, puis, fort du succès obtenu, en faire reconnaître l'intérêt avant de tenter de l'ériger, avec l'appui des dirigeants de la Confédération en politique valable pour l'ensemble du mouvement.

Ces principes, semble-t-il, valent également lorsqu'il s'agit d'engager une action commune dans le domaine de la consommation avec des organisations extérieures à la Confédération des Syndicats Nationaux.

CONCLUSIONS

En raison de sa nature, une étude de cas, de surcroît descriptive, se prête mal aux généralisations théoriques; c'est pourquoi, nous nous bornerons à formuler, en guise de conclusions, quelques remarques groupées autour de trois thèmes principaux:

- L'émergence d'une prise de conscience du salarié comme consommateur
- L'extension du champ des préoccupations et de l'action syndicales
- La nécessité d'un élargissement du champ de la recherche en relations industrielles.

L'émergence d'une prise de conscience du salarié comme consommateur

Bien que les aspirations et le comportement des syndiqués, et a fortiori des salariés, en tant que consommateurs n'aient pas été étudiés comme tels dans cette enquête, il semble que l'on puisse néanmoins formuler sur ce point quelques remarques nécessairement brèves.

a) Nous noterons, en premier lieu, que les prises de position et l'action de la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation apparaissent moins comme l'expression d'une politique forgée de toute pièce au niveau des organismes dirigeants cette centrale syndicale mais plutôt comme une réponse aux besoins des syndiqués se définissant eux-mêmes comme consommateurs. En d'autres termes, le point de départ de l'expérience n'est pas une initiative de la C.S.N. mais une prise de conscience des syndiqués comme consommateurs.

Cette prise de conscience apparaît à son tour liée à des situations concrètes et angoissantes: l'endettement et ses conséquences sur l'existence quotidienne de la famille, la menace d'une saisie, la crainte de procédures judiciaires.

b) L'on remarquera, ensuite, que cette prise de conscience des syndiqués n'est nullement l'expression d'une démarche synthétique d'ordre intellectuel ou idéologique. Elle ne débouche pas, spontanément, sur une remise en cause "de la société de consommation" à laquelle le salarié syndiqué ou non semble profondément intégré, participant à ses valeurs, qui façonnent ses besoins comme consommateur.

Une continuité se dessine par ailleurs, entre, d'une part, les mobiles de l'action revendicative en faveur d'une amélioration constante des conditions et du niveau de la rémunération du travail et, d'autre part, le désir d'accéder à un niveau de consommation élargi, dont les lignes de force sont inscrites dans la logique même de la croissance et du développement économiques. L'on revendique et l'on s'endette souvent pour les mêmes motifs, l'accès à certains biens de consommation que valorise, de surcroît, un ensemble de normes socio-culturelles indépendamment de leur utilité intrinsèque. D'ailleurs ne faut-il pas produire et vendre en quantité toujours croissante afin de maintenir le rythme de la croissance de l'économie?

Les conditions pratiques de l'effort d'éducation entrepris par le Service du Budget familial de la Confédération des Syndicats Nationaux et reprises par les Associations Coopératives d'Economie Familiale ne contentent nullement cette continuité. L'on propose aux intéressés non pas de renoncer à leurs aspirations dans le domaine de la consommation; on leur

indique les moyens qui leur permettront de satisfaire ces besoins au meilleur compte, soit la pratique de l'équilibre du budget familial, le recours aux caisses d'économie et de crédit, l'achat dans les coopératives de consommation; on les invite à mieux distinguer entre consommations individuelles et consommations collectives et l'on propose d'étendre le champ des besoins couverts par ces dernières: sécurité sociale, assurance-santé, et, plus récemment, construction de logements coopératifs. L'option de base est en faveur d'une société opulente d'où seraient bannies la spéculation et l'usure, où le profit ne serait plus synonyme d'exploitation.

c) L'on notera enfin que cette prise de conscience conduit le syndiqué endetté à se tourner spontanément vers l'organisation syndicale pour obtenir son aide, son assistance, lorsqu'il s'agit de résoudre les difficultés auxquelles il est confronté, fussent-elles "personnelles". Le syndicat est l'organisation sur laquelle "on peut compter" dans laquelle "on a confiance". Cet intérêt pour l'organisation syndicale est l'expression spontanée d'attentes liées à une situation précise et opprimante et non le fruit d'une réflexion élaborée engageant une définition précise de l'institution syndicale, de son rôle et de ses fonctions.

L'élargissement du champ des préoccupations et de l'action syndicales

Il ne fait aucun doute que l'expérience entreprise par la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation constitue l'indice d'un élargissement du champ des préoccupations et de l'action de cette centrale syndicale.

a) Par ailleurs, les modalités pratiques de l'élaboration de cette expérience nous semblent révélatrices d'un certain type de "leadership" et

propres à illustrer, d'une façon plus générale l'évolution de la notion de démocratie syndicale.

Nous avons souligné à plusieurs reprises le caractère essentiellement pragmatique de l'expérience entreprise par la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation et le rôle de premier plan joué à cette occasion par André Laurin. Afin de répondre aux attentes et aux besoins des syndiqués dans le domaine de la consommation, en l'absence "d'une politique et d'une orientation" nettement définies, l'Exécutif de la Confédération des Syndicats Nationaux improvise, non sans succès d'ailleurs, embauche, sur sa demande, André Laurin qui n'a pas la moindre expérience syndicale. Ce dernier disposera à l'intérieur de la centrale syndicale d'une large marge d'autonomie, il n'aura de compte à rendre qu'à l'Exécutif pour ne pas dire au seul Président, il influencera d'une façon décisive la politique de cette confédération dans le domaine de la consommation.

A notre avis, ces décisions et ces pratiques illustrent fort bien l'évolution du rôle des permanents salariés au sein des organisations syndicales, l'influence et le pouvoir réels qu'ils détiennent, l'évolution de la démocratie syndicale. Elles ne sont pas le propre de la seule Confédération des Syndicats Nationaux, mais se retrouvent à des degrés divers dans d'autres organisations syndicales tant nord-américaines qu'européennes, d'où ces quelques commentaires sur le thème général "les permanents et la démocratie syndicale".

Le pouvoir et l'influence des permanents syndicaux salariés de l'organisation et non élus semble d'autant plus considérable que le champ de leurs activités s'exerce dans un domaine nouveau, dans lequel les "leaders"

syndicaux élus, issus du rang et rompus aux formes habituelles de l'action syndicale, n'ont aucune compétence particulière.

Ceci n'est, en définitive, qu'un aspect particulier d'un mouvement général qui tend à renforcer au sein des organisations syndicales, le rôle et le pouvoir de l'appareil administratif. Ce mouvement ne s'explique pas uniquement en termes d'efficacité; il est lié dans une certaine mesure, à l'émergence de problèmes nouveaux se situant à un niveau plus élevé que celui de l'établissement ou de l'entreprise et dont la solution nécessite fréquemment une action d'ensemble du mouvement syndical au niveau de centres de décisions politiques et la conclusion d'alliances tactiques et stratégiques avec d'autres organisations.

Dans ces conditions, la démocratie syndicale est de moins en moins une démocratie de participation directe où les adhérents des syndicats définissent eux-mêmes la politique et les orientations de leurs organisations, mais de plus en plus une démocratie indirecte et de contrôle où les adhérents sont appelés, par l'entremise de représentants mandatés, à approuver ou à désapprouver les politiques et les orientations décidées par l'exécutif et les conseillers techniques.

Ce type de démocratie n'est pas sans influencer, en retour, le comportement des permanents; il leur faut non seulement administrer, mais administrer en portant une extrême attention aux désirs et aux vœux que les adhérents expriment, le plus souvent d'une manière confuse. Pour certains permanents, salariés de l'organisation et conscients de l'influence qu'ils exercent sur la définition des politiques du mouvement, la tentation peut être forte de briguer un mandat électif; mais ce faisant ils risquent fort d'entrer en conflit avec des "leaders" issus du rang et dont le passé de militants demeure prestigieux aux yeux des adhérents.

b) L'impact de l'effort d'information et d'éducation entrepris par le Service du Budget familial de la Confédération des Syndicats Nationaux sur les orientations de cette centrale syndicale constitue un autre point important et qui nécessite à ce titre quelques commentaires.

Il ne fait aucun doute que cet effort d'information et d'éducation est tendu vers la réalisation d'objectifs pratiques. L'efficacité immédiate est l'une des préoccupations majeures de la Confédération des Syndicats Nationaux. Mais le travail d'explication entrepris à cette occasion débouche, de proche en proche, sur un certain nombre d'interrogations plus fondamentales sur la société de consommation et les correctifs qu'il convient d'y apporter. Nous avons souligné cette évolution des thèmes et du contenu de l'effort d'information et d'éducation; d'une approche, au départ moralisante, on en arrive, progressivement, à une démarche plus économique et politique. L'exploitation du consommateur devient le corrélat de l'exploitation du producteur. Pour mettre fin à cette exploitation, l'on préconise une intervention plus marquée et plus contraignante de l'Etat, la constitution d'un vaste secteur coopératif, où le pouvoir de décision serait exercé par les salariés eux-mêmes. Le thème du développement prioritaire du Québec devient un thème majeur. S'agit-il d'une politisation du mouvement syndical? Nous ne pouvons répondre avec précision à cette question; pour ce faire, il conviendrait d'étendre l'analyse pour englober d'autres dimensions de l'action syndicale et les préoccupations qui s'y rapportent.

Sans doute conviendrait-il de distinguer également divers niveaux d'analyse: nous insistons sur le rôle de promoteur qu'exerce André Laurin en lançant sans cesse de nouvelles idées, en proposant de nouvelles formes d'action. Ces prises de position et ces propositions ont été dans l'ensemble

reprises par l'Exécutif et par les Congrès confédéraux mais sous une forme moins radicale, ce qui pourrait dénoter l'existence d'un certain décalage entre les préoccupations du principal responsable du Service du Budget familial et celles des dirigeants de la Confédération.

A un autre niveau, celui des adhérents, il est difficile de mesurer l'intérêt suscité par ces mêmes prises de position. Le choix demeure ouvert entre deux hypothèses: dans le premier cas, des derniers s'intéresseraient surtout aux aspects pratiques de l'expérience, à ses avantages immédiats; dans le second cas, ils allieraient à ces préoccupations pratiques, une volonté effective de travailler à la réalisation de réformes sociales plus profondes. L'expérience est encore trop récente pour que l'on puisse valablement trancher entre ces deux hypothèses.

c) Au delà de la spécificité de l'expérience entreprise par la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation, il semble que l'on puisse considérer que cette centrale syndicale s'oriente vers une conception renouvelée et multifonctionnelle de l'action syndicale.

L'action syndicale strictement économique et professionnelle, conduite au niveau de l'établissement ou de l'entreprise serait non pas dépassée mais complétée par d'autres actions conduites, cette fois à un niveau "politique" et répondant à des objectifs plus généraux que ceux que l'on peut poursuivre au niveau de l'entreprise tels: le maintien du pouvoir d'achat, le développement et la croissance économique, la réduction du chômage, etc.... Cette réévaluation du syndicalisme serait moins la conséquence d'une réorientation idéologique fondamentale et volontaire que la conséquence d'une adaptation nécessaire à une société en voie de socialisation rapide où les centres de décisions se déplacent et où les problèmes en fonction de leur nature même exigent des solutions d'ensemble.

Cette argumentation pourrait également s'appliquer à d'autres organisations, cette fois non-syndicales, et expliquerait, sur la base de l'apparition de préoccupations communes, l'existence d'une collaboration plus marquée entre le mouvement syndical et ces organisations.

La nécessité d'un élargissement du champ de la recherche en relations industrielles

L'institutionnalisation des relations patronales-ouvrières, la relative stabilité des organisations en présence, nous portent fréquemment, dans la pratique, à considérer le système de relations industrielles comme une réalité close sur elle-même et à sous-estimer ainsi la relation dialectique existant entre ce système et la société industrielle globale dans laquelle il s'inscrit.

Ce faisant, le chercheur risque fort de sous-estimer le dynamisme d'une société en évolution rapide et les conséquences de cette évolution quant au renouvellement des aspirations, des objectifs et des stratégies des acteurs en présence.

Le point faible de cette étude, mais qui paradoxalement en constitue simultanément la conclusion la plus riche, est de n'avoir pas mis suffisamment en relief le comportement, les aspirations, les attentes des syndiqués. Celles-ci ne se divisent pas; le syndiqué est à la fois producteur, consommateur, citoyen... et c'est en définitive à ce niveau qu'il conviendrait de rechercher l'explication du relatif succès de la politique de la Confédération des Syndicats Nationaux dans le domaine de la consommation.

Celle-ci n'est qu'une réponse immédiate et quelque peu improvisée où l'intuition semble jouer un rôle considérable.

Pour notre part, nous serions portés à répudier les explications sommaires expliquant l'endettement du consommateur par la publicité, l'obtention trop facile du crédit à des taux usuriers, la pauvreté de l'information et de l'éducation économiques. C'est d'une interrogation sur la société industrielle moderne que doit partir toute démarche scientifique; mais encore faut-il ne pas ériger en explication définitive l'apport de chaque science sociale particulière et garder constamment à l'esprit que leur portée demeure liée aux concepts et à la logique qu'elles utilisent.

Lorsque l'on affirme, avec Riesman, que chaque "type de consommation entraîne une mentalité spéciale" 3/ ou encore avec MM. Tremblay et Fortin que "Pour nous, le besoin économique n'est pas inné chez l'individu mais... acquis par la socialisation" 4/ lorsque l'on constate avec ces auteurs "l'éclatement de l'univers traditionnel des besoins et la naissance d'une très grande unité de comportement" 5/, ce qui les conduit à privilégier le revenu comme facteur de différenciation sociale, l'on constate des faits.

Production et consommation constituent non pas deux univers distincts, mais deux aspects, deux dimensions d'une seule réalité, "La consommation de masse appuyée par une publicité de masse" 6/ est aussi la conséquence du développement de l'appareil de production et il se pourrait qu'elle en devienne la condition comme l'indique Galbraith. C'est dire que les questions que nous avons étudiées ici n'ont de sens que par rapport à la logique de développement de notre société industrielle et des rapports de pouvoir qui l'informe.

NOTES

- 1/ "L'endettement du revenu national du travail, qui, de 3% qu'il était en 1945, de 10% en 1957, de 27% en novembre 1965, était de 29% au 31 août 1966, est devenu un chiffre effarant et, dans mon esprit, il ne fait aucun doute que cette situation de déséquilibre est parmi une des causes majeures de l'inflation actuelle et de la perte du pouvoir d'achat". André LAURIN, Service du Budget familial de la Confédération des Syndicats Nationaux, septembre 1966. (Extrait du rapport du Secrétaire général de la C.S.N. au congrès confédéral de 1966 intitulé: "Rapport du Secrétaire général sur l'action et les politiques du Bureau confédéral et du Mouvement". Les presses sociales, 200 pages.
- 2/ André LAURIN, "Série de cours sur l'orientation du Budget familial", préface de Jean Marchand, 1964, 115 pages.
- 3/ G. FORTIN et M.A. TREMBLAY, "Les comportements économiques de la famille salariée du Québec", Québec, Presses de l'Université Laval, p. 110.
- 4/ Idem, p. 110.
- 5/ Idem, p. 4.
- 6/ Idem, p. 7.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Service du Budget familial de la Confédération
des Syndicats Nationaux—cours et documents
pédagogiques

André Laurin, "Le guide du consommateur", brochure imprimée, 71 pages, non datée.

André Laurin, "Série de cours sur l'orientation du budget familial", préface de Jean Marchand. Publication du Service d'éducation de la Confédération des Syndicats Nationaux. Texte imprimé, 115 pages, 1964.

André Laurin, "Manuel des techniques de diffusion des cours sur l'orientation du budget familial", document photocopié, 94 pages, non daté.

André Laurin, "Evolution dans le développement coopératif d'une nation", 4 cours, document photocopié.

Service du Budget familial de la Confédération
des Syndicats Nationaux—documents divers

André Laurin, "Etude sur le crédit", document photocopié, 26 pages, avril 1962.

André Laurin, "Congrès provincial des Loisirs. Confédération des Loisirs du Québec. Commission numéro 5. Les loisirs commercialisés", document photocopié, 7 pages, 1965.

André Laurin, "Service d'orientation du Budget familial", projet de mémoire au procureur général de la Province de Québec, document photocopié, 6 pages, 1963.

André Laurin, "Les facteurs principaux de la pauvreté au Québec", document photocopié, 10 pages, non daté.

André Laurin, "Service du Budget familial—CSN. Document à l'usage des permanents et employés de bureau de la CSN et des corps affiliés", document photocopié, 90 pages, novembre 1965.

André Laurin, "Rapport d'un stage d'étude en France et en Yougoslavie", document photocopié, 49 pages, juin 1966.

André Laurin, "Le consommateur menacé", exposé présenté lors du congrès des femmes libérales du Québec. Document photocopié, 21 pages, septembre 1967.

Confédération des Syndicats Nationaux—
documents officiels

Confédération des Syndicats Nationaux: "Mémoire de la Confédération des Syndicats Nationaux (CSN) au comité mixte du Sénat sur le crédit au consommateur", document polycopié, 11 pages, 1964.

Confédération des Syndicats Nationaux: "Sommaire du mémoire soumis par la Confédération des Syndicats Nationaux (CSN) au comité d'étude sur les institutions financières relevant de la juridiction de la Province" (Québec), document polycopié, 236 pages, 1967.

Confédération des Syndicats Nationaux: "Procès-verbal de la quarante et unième session du congrès de la CSN", document imprimé, 408 pages, 1964. Budget familial, pages 171 et 348.

Confédération des Syndicats Nationaux: "Procès-verbal de la quarante-deuxième session du congrès de la CSN", document imprimé, 478 pages, 1966. Consommateur et consommation, pages 28, 33, 37, 84, 85 et 368.

Confédération des Syndicats Nationaux: "Rapport du Secrétaire général sur l'action et les politiques du Bureau confédéral et du Mouvement", document imprimé, 200 pages, Le Budget familial, page 128.

Caisses d'Economie et Fédérations
des Caisses d'Economie

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Règlements de régie interne de la fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec", document polycopié, 42 pages, non daté.

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Rapport annuel 1966", document imprimé en français et en anglais, non paginé, 1966.

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Vivre selon ses moyens", tract publicitaire, non daté.

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Qu'entend-on par une caisse d'économie", tract publicitaire, non daté.

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Service, caisse centrale et fonds de stabilisation", document polycopié, 7 pages, non daté.

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Agenda, mémorandum, commissions", document polycopié, non paginé, 1966.

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Votre caisse d'économie greffe sur vos épargnes une assurance-vie", tract publicitaire, non daté.

La compagnie d'aluminium Reynolds du Canada limitée, "La fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec", tract publicitaire, non daté.

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Pas de dettes dans l'héritage", tract publicitaire, non daté.

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Caisse d'économie", organe officiel de la fédération des caisses d'économie, publication mensuelle.

Fédération des caisses d'économie et de crédit du Québec, "Mémoire soumis au comité d'étude sur les institutions financières relevant de la juridiction de la Province", document polycopié, non paginé, 1967.

Fédération des Magasins Coop

Fédération des Magasins Coop, "Cahier d'aménagement des Magasins Coop no. 1. Esquisse du plan de développement régional Coop", document polycopié, 75 pages, 1966.

Fédération des Magasins Coop, "Rapport annuel 1966-67", 12 pages, 1967.

Fédération des Magasins Coop, "Plan de développement du secteur coopératif de consommation", document polycopié, non paginé et non daté.

Fédération des Magasins Coop Québec. Joseph-A. Dionne, Président général, "Le rôle des administrateurs dans une coopérative de consommation", brochure imprimée, 22 pages, 1965.

Fédération des Magasins Coop, "Le Guide du foyer 1967", catalogue publicitaire imprimé, 48 pages, 1966.

Fédération des Magasins Coop, "Modèle de règlements d'une association coopérative de consommation soumis à l'assemblée spéciale de la Fédération des Magasins Coop, le 5 mai 1963", document polycopié, non paginé et non daté.

Fédération des Magasins Coop, "Règlements de la Fédération des Magasins Coop", brochure imprimée, 28 pages, 1964.

Fédération des Magasins Coop, "Votre programme d'identification", brochure imprimée, 8 pages, non datée.

Associations Coopératives
d'Economie Familiale

Association coopérative d'économie familiale de Thetford Mines, "L'association coopérative d'économie familiale de Thetford Mines", document photocopié, non paginé, 1967.

Association coopérative d'économie familiale de Québec, "L'association coopérative d'économie familiale de Québec", lettre publicitaire, document photocopié, 5 pages, janvier 1967.

Association coopérative d'économie familiale de Québec, "L'association coopérative d'économie familiale de Québec", document photocopié, 4 pages, non daté.

Association coopérative d'économie familiale de Shawinigan, "Rapport de l'ACEF de Shawinigan, remis aux dirigeants des centres présents à la réunion du 27 mai 1967, tenue à Thetford Mines", document photocopié, 14 pages, mai 1967.

Association coopérative d'économie familiale de Québec, "Règlement de l'Association coopérative d'économie familiale de Québec", document photocopié, 10 pages, 1967.

Gaston BELLEMARE, "Un service communautaire: L'Association coopérative d'économie familiale (ACEF)", document photocopié, 194 pages, mai 1966.

Association coopérative d'économie familiale de Shawinigan, "Document concernant l'ACEF de Shawinigan depuis sa fondation le 12 avril 1964 jusqu'au mois d'avril 1966", document photocopié, non paginé et non daté.

Bibliographie générale

Jean MEYNAUD, "Les consommateurs et le pouvoir", Etudes de science politique, 1964, 623 pages.

H.I. ABELSON, "Persuasion, How Opinions and Attitudes are Changed", Londres, Crosby Lockwood, 1960, 118 pages.

D. ADAM, "Les réactions du consommateur devant les prix—contribution aux études de comportement", Paris, Société d'édition d'enseignement supérieur, 1958, 137 pages.

M. BELANGER, J.E. BOUCHER, C. MORIN, "Rapport du comité d'étude sur l'assistance publique" (Rapport Boucher), Gouvernement du Québec, Québec, juin 1963, 230 pages.

P. BELLEVILLE, "Une nouvelle classe ouvrière", Paris, Julliard, 1963, 316 pages.

G. BLANC, "Le consommateur dans l'organisation de l'économie—consommation libre ou consommation dirigée?", Paris, Librairie générale de Droit et de jurisprudence, 1945, 201 pages.

BLARDONE, CHARTIER, FOLLIET, MATAGREW, VIAL, "Initiation économique et sociale", volume I, 1^{re} édition, Edition de la Chronique sociale de France, Lyon, 1962, 263 pages.

A. BRODSKY, "L'organisation de la consommation", Université Libre de Bruxelles, 1961, 180 pages.

J.A.C. BROWN, "Techniques of Persuasion: From Propaganda to Brain Working", Penguin Books, 1963, 120 pages.

Bureau international du Travail, "Enquêtes sur les conditions de vie des familles", Recueil de monographies, Genève, 1961.

P.H. CHOMBART DE LAUWE, "La vie quotidienne des familles ouvrières", (Recherche sur les comportements sociaux de consommation), Paris, Centre national de la recherche scientifique, 1956, 307 pages.

G. DEFOSSE, "La place du consommateur dans l'économie dirigée", 2^e édition refondue, Paris, Presses universitaires de France, 1941, 199 pages.

L.H. CLARK, "Consumer behavior - Research on consumer reactions", New York, Harper, 1954, 278 pages.

P.F. DRUCKER, "The New Society, the Anatomy of the Industrial Order", New York, Harper, 1949, 412 pages.

F. DUMONT et Y. MARTIN, "L'analyse des structures régionales. Etude sociologique de la région de Saint-Jérôme", Québec, Presses de l'Université Laval.

J. DUMAZDIER, "Vers une civilisation du loisir?", Paris, Editions du Seuil, 1962, 264 pages.

J.C. EICHER, "Consommation et épargne, théorie de la fonction de consommation", Paris, Sirey, 1961, 165 pages.

J.K. GALBRAITH, "L'Ere de l'opulence" (traduction française), Paris, Calmann Levy, 1961, 334 pages.

P. GEORGE, "Géographie de la consommation", Que sais-je? no 1062, Paris, Presses universitaires de France, 1963, 128 pages.

G. FORTIN et M.A. TREMBLAY, "Les comportements économiques de la famille salariée du Québec", Québec, Presses de l'Université Laval, 1964, 405 pages.

J. LACROIX et F. CUSTOT, "Le consommateur face au progrès technique", Fédération nationale des coopératives de consommation - rapports présentés au congrès national, Vichy, juin 1962.

J. LACROIX, "La distribution coopérative en France", Paris, Les éditions de Minuit, 1957, 150 pages.

G. LASSERRE, "Socialiser dans la liberté. La vocation de l'Europe", Paris, Albin Michel, 1944, 315 pages.

G. LASSERRE, "L'expérience coopérative de démocratie économique", Paris, Fédération nationale des coopératives de consommation.

G. LASSERRE, "Coopératives contre cartels et trusts; l'expérience suédoise", Paris, Fédération nationale des coopératives de consommation, 1956, 187 pages.

A. LATOUR, "Les magiciens de la mode", Paris, Julliard, 1961, 222 pages.

B. LAVERGNE, "L'hégémonie du consommateur - vers une rénovation de la science économique", Paris, Presses universitaires de France, 1958, 359 pages.

M. LENGELLE, "La consommation", Que sais-je? no 844, Paris, Presses universitaires de France, 1956, 128 pages.

M. LERNER, "La civilisation américaine", (traduction française), Paris, Editions du Seuil, 1961, 598 pages.

S. MALLET, "La nouvelle classe ouvrière", Paris, Editions ouvrières, 1963, 265 pages.

J. MARCUS-STEIFF, "Les études de motivation", Paris, Hermann, 1961, 253 pages.

R. MILLAR, "The Affluent Sheep - Profile of the British Consumer", Londres, Longmans, 1963, 268 pages.

H. MOROT DE PAZZIS et J. ILIOUICI, "L'éducation des ménagères dans le monde—Recherches et information", Paris, Les éditions sociales françaises, 1956, 192 pages.

V. PACKARD, "La persuasion clandestine", (traduction française), Paris, Calmann Levy, 1958, 184 pages.

V. PACKARD, "L'art du gaspillage", (traduction française), Paris, Calmann Levy, 1962, 264 pages.

F. PERROUX, "Economie et société, contrainte, échange, don", Paris, Presses universitaires de France, 1960, 186 pages.

J. PICARD, "Problèmes posés par les circuits de distribution", "L'information des consommateurs", Rapport présenté au Conseil économique et social (France), juin 1960, Imprimerie nationale.

J. SANDEE, "Europe's Future Consumption", Amsterdam, North-Holland Publishing Company, 1963, 363 pages.

M. TEILLAC, "Le contrôle technique de la qualité", Paris, Editions de l'entreprise moderne, 1961, 160 pages.

R.M. TIMMUS, "Income Distribution and Social Change", Londres, Allen and Unwin, 1963, 240 pages.

W.L. WARNER, "American Life—Dream and Reality", (édition ouvrière), The University of Chicago Press, 1962, 567 pages.

ANNEXE

UNIONISM, CONSUMPTION AND CONSUMER SOCIETY

The Confederation of National Trade Unions and the Problem of Consumption

SUMMARY

This study is only a case study on the activities and attitudes of the Confederation of National Trade Unions (CNTU) in the area of consumption. In other words, it is empirical and descriptive.

ORIGINS OF THE EXPERIMENT

There appear to be three factors which explain the positions and actions of the Confederation of National Trade Unions in the area of consumption.

The first of these factors is the growing indebtedness of union members and wage-earners in general resulting from the increasing use of consumer credit to finance current expenses rather than exceptional or unforeseen expenses.

When these union members are unable to meet their obligations and are in danger of suffering the sanctions provided for by law, whether or not they have borrowed unwisely, they often turn to union business agents for the advice and legal assistance which they need.

The second factor is identical with one of the permanent bases of union activities since it is concerned with maintaining and increasing union members' purchasing power, considered to be one of the fundamental conditions for a better way of life.

Although this concern is not in itself original, it has nevertheless suggested to the Confederation of National Trade Unions paths of action which are original, to the extent that the central labour congress intends to ensure the promotion of union members' interests as consumers in addition to their protection as producers.

In other words, the CNTU has added to its traditional role of promoting labour demands the role of maintaining and increasing the purchasing power of union members as consumers.

The third and final factor is concerned with the dynamic outlook of a strong personality. Ever since joining the CNTU in 1962, André Laurin has exercised his influence both inside and outside the labour movement by furthering the awareness of union members as consumers and by constantly proposing new forms of activity in the area of consumption.

THE OBJECTIVES AND DIMENSIONS OF THE EXPERIMENT

The objectives which the Confederation of National Trade Unions is pursuing in the area of consumption, both on its own and in conjunction with other organizations, can be grouped under four main headings:

1. "aid", essentially legal assistance to union members and wage-earners who are in debt;
2. information and education for union members and consumers;
3. increasing the consumer's purchasing power;
4. "political" action relating to consumption, aimed at both public opinion and at the various levels of government.

1. Legal aid or assistance to wage-earners who are in debt constitutes the starting point of the experiment.

In the first place, union members who are in debt should be informed of the legal methods available to them when they are threatened with distraint for failure to meet their obligations.

From the very beginning of the experiment, this function was ensured by the CNTU's Service du Budget familial (family budget service), directed by André Laurin.

Information of this nature is also provided at another level by family savings co-operatives, whose services are directed toward the entire population, not merely union members.

2. The second objective, concerned with information and education for the union member-consumer, is just as important as the first, and will also be taken up by the family savings co-operatives.

In the first place, the disastrous effects of practices tolerated by current legislation in the area of consumption, in particular certain forms of purchasing on credit or installment plans, should be explained and exposed.

Union members and wage-earners who are in debt should then be shown how to pay off their obligations to their best advantage.

Most important of all, consumers should be taught to manage their family budgets better and to increase their purchasing power by making use of such community savings and consumer structures as the credit unions and consumer co-operatives.

3. Increasing the consumer's buying power presupposes some sort of self-discipline or, in other words, strict management of the family budget, and also the establishment of co-operative structures for credit, savings and consumption.

For this reason, the CNTU's family budget service favours the establishment of savings and credit unions in businesses; André Laurin prefers this system to that of the caisses populaires, which he considers conservative and bureaucratic. We should add that these savings and credit unions are not set up merely in businesses which have been organized by the CNTU and that in every case they are open to all the wage-earners in a company.

Similarly, the CNTU's family budget service invites all union members to make their purchases at co-operative stores where they may obtain quality products which are usually sold at prices lower than those offered by large chains and a fortiori by the corner merchant.

4. However, we should not forget the political objectives which the CNTU is pursuing in the area of consumption.

In the first place, where public opinion is concerned, the topics covered by the information and education provided to union members must be popularized; then pressures on the various levels of government must be multiplied in order to obtain legislation which is more favourable to the consumer.

ESSENTIAL PRINCIPLES AND METHOD

Discussions and developments are constantly inspired by reference to facts and situations which have actually occurred and by the use of data obtained from daily experience.

The methods of action proposed are based on the desire to provide a concrete reply to questions from union members and to the immediate needs of these members, who are constantly called upon to participate actively.

The method used in all cases provides a concrete illustration of these general principles:

Information is definitively based on facts and on authentic documents.

The education effort analyzes and criticizes this information and opens the way to a study of the solutions suggested by the CNTU. The material contained in this program is flexible and promotes development, thus making it possible to integrate new dimensions which might arise in answer to new needs or situations. The method of teaching used is in itself active and to a great extent requires the participation of those concerned. It is less a question of presenting them with a mass of value judgments and conclusions than of training them to recognize their own situation and to decide upon the forms of action which they consider most appropriate.

This education is itself in the service of action, which is primarily based on militantism, if only because of the shortage of human and financial resources. The method remains the same: a preliminary experiment is launched, and if it proves valuable, then generalizations are made.

If necessary, when problems which have not yet been settled require more extensive measures for their solution than those available to the union or the CNTU, an effort is made to obtain aid and support from organizations outside the labour movement such as the savings and credit unions, family savings co-operatives and the federation of co-op stores.

CONCLUSION

Three major conclusions may be drawn from this study:

- the emergence of an awareness on the part of the wage-earner as a consumer;
- the extension of the area of union concerns and activity;
- the necessity of enlarging the field of research in industrial relations.

Emergence of an Awareness on the Part of the Wage-earner as a Consumer

In the light of this study, it is beyond argument that union members and wage-earners are becoming increasingly aware of their "situation" as consumers. This awareness does not represent the expression of an intellectual or ideological step; rather it results from daily confrontation with a situation which they consider heartbreaking and oppressive.

There appears to be a certain continuity between activities in the area of labour demands and the initiatives of the unions and the CNTU with regard to consumption. The objective is the same in both cases since it is concerned with reaching a higher level of consumption. This is a statement with far-reaching implications in that it suggests a growing integration of union members and wage-earners in relation to consumer society and its standards.

Extension of the Area of Union Concerns and Activity

It is surprising to see that union members generally turn toward labour organizations in order to have them take care of a good many of

their consumer demands and that the central labour congresses have been glad to accept these requests. In both cases this represents a departure from the usual definitions of the role and duties of labour organizations.

In this respect, we should mention the open-mindedness of the labour leaders who in general have given a favourable reception to the claims of the union members and, more particularly, have accepted and endorsed the suggestions and initiatives of the head of the family budget service.

This specific example illustrates the development of the role of salaried business agents within labour organizations and particularly the influence and real power they may exercise within such organizations. This influence and power appear to be all the more considerable in that the activities of these non-elected business agents are in a new field in which elected labour leaders, who have come up from the ranks and who are accustomed to the usual forms of labour activity, have no particular competence.

Incidentally, these remarks make it possible to throw some light upon the difficult problem of labour democracy, which is becoming less and less a democracy of direct participation where union members themselves define the policy and orientations of their organizations. Rather it is becoming increasingly an indirect and supervised democracy where the members are called upon to approve or disapprove through their elected representatives the policies and orientations determined by the union's executive and technical advisers.

In return, this type of democracy has a certain influence upon the behaviour of the business agents, who must not only administer, but who must at the same time pay the closest attention to the desires and wishes expressed by the members, usually in very confused form.

Furthermore, the efforts in the area of education and information and the activities of the CNTU's family budget service are by degrees opening the way to a number of even more basic questions on consumer society and the logic of its development. From an approach which is initially moralizing, we arrive progressively at a more economic and political stage. The exploitation of the consumer becomes the correlate of the exploitation of the producer. In order to put an end to this exploitation, stronger and more restrictive intervention on the part of the government and also the establishment of a huge co-operative sector where wage-earners themselves would make the decisions are recommended. The prime importance of Quebec's development is a major theme.

Finally, in addition to the specific purposes of the experiment undertaken by the CNTU in the field of consumption, it would appear that this central labour congress is evolving toward a new and multifunctional concept of labour activity.

Labour activity at the level of the establishment or the business which is purely economic and professional will not be outmoded but rather complemented by other activities at the political level. Such "political" action will make it possible to undertake objectives more general than those which can be pursued at the business level as, for example, the maintaining of purchasing power, economic development and growth, the reduction of unemployment, etc. This re-evaluation of labour organization is less the result of a basic and voluntary ideological reorientation than of a necessary adaptation to a society undergoing rapid socialization in which the centres making decisions are shifting and in which problems, in terms of their very nature, require overall solutions.

Necessity of Enlarging the Field of
Research in Industrial Relations

We would personally be inclined to repudiate the summary explanations which blame consumer indebtedness upon advertising, the fact that credit can too easily be obtained at exorbitant rates and the shortage of economic information and education.

Production and consumption do not constitute two distinct universes but rather two aspects or two dimensions of the same reality. Mass consumption supported by mass advertising also results from the development of the production system and, as Galbraith points out, it may become a condition of this system.

The institutionalization of relations between employers and workers and the relative stability of the organizations concerned often incline us in practice to consider the system of industrial relations as a hermetic reality and thus to underestimate the dialectic relation which exists between this system and the overall industrial society of which it is part.

By so doing, the researcher runs the risk of underestimating the dynamism of a society in rapid evolution and the results of this evolution where the renewal of the hopes, objectives and strategies of the actors concerned are involved.

NOTES

ÉQUIPE SPÉCIALISÉE EN RELATIONS DE TRAVAIL
Syndicalisme, consommation et société de consommation

Bernard Solasse